

Д. В. Моисеев, Т. А. Лукьянова

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРОМОТОРОВ В ГОРОДАХ СО СРЕДНЕЙ ЧИСЛЕННОСТЬЮ НАСЕЛЕНИЯ

Витебский государственный
медицинский университет

*Проведен анализ эффективности работы промоторов (от лат. *promoveo* – продвигать) в городах Псков и Великие Луки. Установлено влияние их деятельности на спрос и объем реализации лекарственных препаратов компании Берлин-Хеми.*

Одной из важнейших задач любой фармацевтической фирмы является увеличение объема продаж выпускаемых ею лекарственных препаратов. Для успешного решения этой задачи фармацевтические корпорации используют различные пути:

- ♦ реклама с использованием средств массовой информации;
- ♦ создание фирменных аптечных сетей;
- ♦ развитие коммуникационных связей;
- ♦ поощрение покупателей и стимулирование работы посредников;
- ♦ формирование имиджа аптечного предприятия [1,2].

Одним из перспективных направлений коммуникационной политики является создание промоторской сети в регионе распространения препаратов. Целью данной работы является изучение эффективности использования промоторской деятельности в городах с населением в 100-200 тысяч жителей. Исследования проводились на основе анализа данных работы промоторов компании Берлин-Хеми в городах Псков и Великие Луки.

Компания Берлин-Хеми была основана в 1890 г. в Германии как предприятие, специализирующееся на разработке, производстве и сбыте фармацевтической продукции. Сотрудничество Берлин-Хеми с фармацевтами России началось рекордно давно: сразу после войны компания стала одним из государственных поставщиков лекарственных препаратов (ЛП). С тех пор, на протяжении уже более полувека, препараты

производства Берлин-Хеми являются абсолютными лидерами во многих отраслях медицины: эндокринологии, гастроэнтерологии, ревматологии и др.

С 1992 г. Берлин-Хеми входит в состав группы предприятий Менарини (Menarini Group) многонациональной фармацевтической компании, находящейся во Флоренции (Италия). Среди зарегистрированных лекарственных средств (ЛС) насчитывается более 500 препаратов, все из которых производятся в полном соответствии с международными требованиями GMP [4].

Российский фармацевтический рынок представляет огромный интерес и является стратегическим для Берлин-Хеми, поэтому в российском представительстве компании работает около 200 человек во всех крупных городах страны, охватывая территорию от Калининграда до Владивостока и от Мурманска до Ростова-на-Дону. На сегодняшний день в России компанией зарегистрировано более 100 ЛП из более чем 10 терапевтических категорий. Ориентируясь на нужды и потребности российского рынка, Берлин-Хеми постоянно наращивает объемы выпускаемой продукции и неизменно входит в десятку крупнейших производителей ЛС, реализуемых в России [5]. Так, ежегодные поставки компании на российский рынок превышает сумму в 20 млн. долларов, занимая 2,77%, 2,44% и 2,1% в общем объеме поставок импортных ЛП в 1999, 2000 и 2001 годах соответственно, в том числе доля компании на рынке препаратов, применяемых при лечении заболеваний щитовидной железы, составляет до 90%, на рынке для лечения сахарного диабета 2 типа – около 50%. Широкой известностью как среди фармацевтов, так и среди потребителей пользуются и такие препараты безрецептурного отпуска, как Мезим форте и Фастум гель [1,4].

Проанализирована работа промоторов в городах: Псков (население 220 тысяч жителей, около 40 аптек различных форм собственности, ежегодный товарооборот свыше 3,5 млн. долларов в розничных ценах) и Великие Луки (население 115 тысяч жителей, около 20 аптек различных форм собственности, ежегодный товарооборот свыше 2 млн. долларов в розничных ценах). В городе Пскове промотор работает с декабря 2000 г., в Великих Луках с июля 2001 г.

Таблица 1

Группы препаратов	Город	I квартал тыс. руб.	II квартал тыс. руб.	III квартал тыс. руб.	IV квартал тыс. руб.
ЭНДОКРИНОЛОГИЯ (калия йодид, L-тироксин, манинил, тиреокомб, трийодтиронин и др.)	Псков	441,6	573,24	550,31	616,38
	В. Луки	168,21	168,15	195,26	231,18
КАРДИОЛОГИЯ (берлиприл, корвитол, курантил, моночинкве, небилет, алтиазем)	Псков	110,92	164,86	171,92	161,1
	В. Луки	22,18	23,59	28,58	84,12
ОТС (бромгексин, эспумизан, фастум, мезим, парацетамол, простамол, фалиминт, лиотон, цукли)	Псков	647,95	555,32	611,49	958,13
	В. Луки	168,64	194,14	241,01	401,06
ДРУГИЕ (индометацин, берликорт)	Псков	7,79	8,27	10,71	16,71
	В. Луки	10,61	10,57	13,2	13,84

При своей деятельности промоторы используют личные каналы общения: административные визиты, фармацевтические кружки, круглые столы со специалистами, конференции, посещение врачей различных специальностей. В их обязанности входит сбор и статистическая обработка данных о продажах лекарств, а также информирование врачей и провизоров о новых препаратах своей фирмы. В таблице 1 приведены данные об объемах продаж ЛП фирмы Берлин-Хеми в стоимостном выражении за 2001 г.

Из таблицы 1 следует:

- ♦ По группе эндокринологических препаратов, в реализации которых Берлин-Хеми является лидером, наблюдается стабильный рост объема продаж в течение года по обоим городам (на 38%).
- ♦ Реализация по группе кардиологических препаратов выросла в 1,5 раза по г. Пскову и в 3,8 раза по г. Великие Луки, что объясняется успешной деятельностью промотора.
- ♦ По группе общих терапевтических средств реализация в течение года по г. Пскову возросла в 1,5 раза, а по г. В. Луки в 2,4 раза.
- ♦ Наблюдается повышение спроса на новые препараты: берлиприл, корвитол, небилет, нимесил, простамол, эспумизан и др.

На графике 1 показана динамика изменения общего объема продаж ЛП фирмы Берлин-Хеми в расчете на 1000 жителей за 2001 г. Ее анализ позволяет сделать следующие выводы:

- ♦ В I квартале 2001 г. в городе Пскове уровень продаж составил 1770,6 руб./1000 жителей по препаратам Берлин-Хеми, что ниже среднего-

дового на 15%. По-видимому, это связано с тем, что промотор начал работу с декабря 2000 г. В последующих кварталах имели место увеличение объема продаж ЛП этой фирмы до 2084 руб./1000 чел.

- ♦ По г. Великие Луки уровень объема продаж за первые шесть месяцев был гораздо ниже (почти в 2 раза) и составил в среднем 1038,7 руб./1000 чел. Однако уже в июле (именно с этого месяца начинает работать промотор) намечается тенденция к росту реализации, которая сохраняется до конца года. В декабре она составляет 2016 руб./1000 чел., что практически равно средним показателям по г. Пскову за последние девять месяцев 2001 г.

На графике 2 показан удельный вес препаратов Берлин-Хеми в общем объеме розничной реализации импортных препаратов (приведены псковские, великолукские и среднероссийские показатели). Мы видим, что в 1999-2000 гг. уровень объема продаж препаратов Берлин-Хеми в городах Пскове и Великих Луках был ниже, чем в среднем по Российской Федерации, но в 2001 г. наблюдается значительное увеличение объема продаж в этих городах.

По результатам проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

- ♦ Промоторская деятельность способствовала росту объема продаж препаратов Берлин-Хеми по г. Великие Луки почти в 2 раза, а по г. Пскову – в 1,7 раза.
- ♦ За счет работы промотора повысился спрос на новые фирменные препараты – берлиприл, корвитол, небилет, нимесил, простамол, эспумизан и др. так как врачи и провизоры имеют

График 1

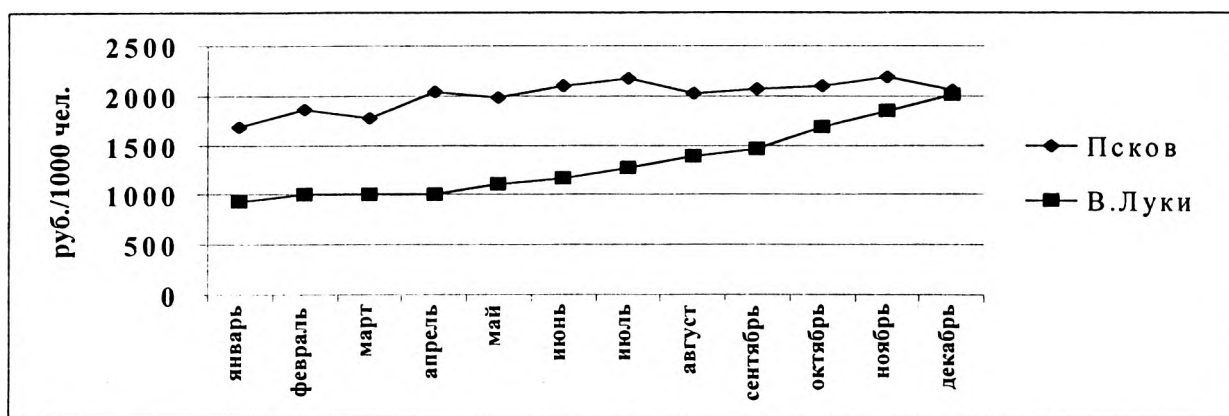
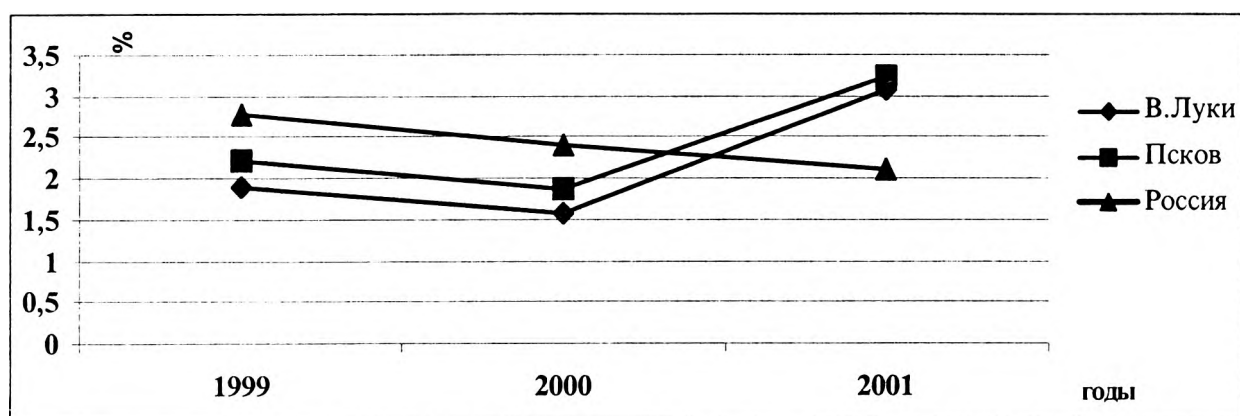


График 2



возможность получать больше информации о них и могут рекомендовать потребителю.

- ♦ Использование промоторской деятельности как формы маркетинга целесообразно для городов с населением от 100 тысяч и более.

ЛИТЕРАТУРА

1. Юданова А.Ю., Лагунова С.А. Фармацевтический рынок России: расстановка сил 2000.– М.: Классик-Консалтинг – 2000 – 220 с.
2. Громовик Б.П., Кухар А.А. Организация персональных продаж представителями фармацевтических фирм./ Провизор.– 2000.
3. Лекарственные препараты в России: Справочник./М.: АстраФармСервис – 2001 г. –1536 с.

4. Тазлов П. РЕЙТИНГ: Крупнейшие поставщики медикаментов в Российскую Федерацию: итоги 9 месяцев 2001 г. / Фармацевтический вестник – 2001 – №39 (238).

SUMARRY

D.V. Moiseev, T.D. Lukyanova

ANALYSIS OF WORK EFFECTIVENESS OF PROMOTERS IN THE SETTLEMENTS WITH THE AVERAGE NUMBER OF POPULATION

The analysis of the studies made certifies that the work of promoters is expedient in the settlements with the average number of population. The work of promoters helps to increase the volume of drug sales and to enlarge the demands for the new drugs of Berlin-Chemie Company.